

**EL WEBLOG COMO ALTERNATIVA FRENTE AL DISCURSO DEL PODER
DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS TRADICIONALES**

**EL WEBLOG COMO ALTERNATIVA FRENTE AL DISCURSO DEL PODER
DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS TRADICIONALES**

Salvador Leal G.

RESUMEN – El presente trabajo tiene como objetivo describir la dinámica de los weblogs o blogs en la generación de información dentro del mundo actual. Así mismo, se le establece como medio de comunicación alternativa y se muestra cómo la información generada en éste puede realmente influir en las decisiones de los lectores gracias a su lenguaje informal y subjetivo. Al final del documento se muestran dos casos de cómo esto ha sucedido en los Estados Unidos y un caso de cómo los weblogs comienzan a cobrar importancia en México.

Introducción

De acuerdo con América Anguiano, el perfil de la historia de la prensa escrita en Internet se puede dividir en tres etapas entremezcladas (Anguiano, 2002). La primera comenzó en 1993, cuando los periódicos comenzaron a publicar en línea sus versiones electrónicas y donde se vaciaba el contenido de la edición impresa sin tener una estrategia clara acerca de cómo utilizar la red.

En la segunda etapa, algunos modos de interactividad se integraron a los sitios web permitiendo a los lectores comunicarse con el webmaster o con los responsables del periódico vía correo electrónico. En este periodo surge la posibilidad de ofrecer a los lectores la consulta de archivos del periódico a través de ligas electrónicas. Finalmente, en la tercera etapa, se han agregado grupos de discusión en línea, información en video y audio, información de contexto, entrega de boletines informativos, sondeos, contenidos exclusivos e información actualizada en tiempo real.

Dentro de esta tercera etapa se encuentra la presencia de los weblogs o blogs que, en muy poco tiempo (característica generalizada entre los fenómenos de Internet), se han posicionado como una opción viable de información.

Para describir la importancia que tiene el weblog como generador de opinión e información en la red, debemos primero exponer cuáles son los límites de la definición de weblog o blog. A pesar de que varias fuentes establecen a la palabra 'bitácora' como traducción castellana del vocablo en cuestión, en este trabajo nos referiremos al mismo con su acepción inglesa, es decir, weblog o blog que es su forma abreviada.

¿Qué es un Weblog o Blog?

Literalmente, la palabra weblog es la unión de web (red, en este caso, la Internet) y log (registro o bitácora). De acuerdo con la definición de Dave Winer (Winer, 2003), un weblog o blog consiste en una jerarquía de textos, imágenes, elementos multimedia y datos ordenados cronológicamente que pueden ser vistos en un navegador HTML. Lo fundamental en esta jerarquía, dice Winer, lo conforman la secuencia de 'posts' o anotaciones que generan el índice del weblog y que enlazan a todo el contenido.

Esta definición, si bien es técnicamente correcta, no alcanza a describir la naturaleza de un weblog y lo que lo diferencia de un sitio de Internet convencional. Esencialmente, un blog es una página HTML jerarquizada cronológicamente (en donde el contenido más reciente se encuentra al inicio de la página mientras que la información anterior se va depositando en la parte final) y que puede contener los mismos elementos que cualquier otra página HTML como lo pueden ser imágenes y textos. Una característica importante es que suelen ser escritas por individuos de una manera informal y personal y conforme se han desarrollado herramientas que permiten publicar comentarios de una manera sencilla y rápida, el weblog se ha popularizado entre los usuarios de Internet.

Dado que cualquier persona con acceso a una conexión de Internet puede publicarlos, los weblogs varían en contenido, pudiendo tocar temas personales (una especie de diario virtual en línea), políticos, culturales (ejercicios literarios de escritores en potencia o de escritores profesionales), tecnológicos, educativos, empresariales, científicos o del tema que interese a el o los creadores del weblog y dependiendo de su interés y publicidad

dentro de la comunidad de Internet, los blogs pueden tener desde algunos cuantos lectores hasta varias decenas de miles (Walker, 2003).

El Weblog como medio de comunicación alternativo

El hecho de que los weblogs estén al alcance de cualquier persona con conocimientos de navegación por Internet y que el seguimiento del contenido de todos y cada uno de los blogs sea prácticamente imposible, provoca que la única censura de la que adolecen los temas de estas publicaciones es la que el propio autor se impone al redactar sus ideas. La censura dentro de la información vertida en los blogs cobra especial importancia cuando el contenido no se limita a los datos personales del individuo sino que también hace referencia a movimientos sociales que lo afectan como miembro de una comunidad. Estos movimientos pueden ir desde elecciones políticas, marchas de protesta y referéndums, hasta atentados terroristas y golpes de estado, en donde los escritores de blogs tienen la oportunidad de dar su muy particular visión de los hechos con datos que los medios de comunicación tradicionales no pueden o no encuentran conveniente dar a conocer.

La ausencia de censura en los weblogs, así como la dinámica comunicacional propia de Internet, se relaciona directamente con el concepto de democratización de la comunicación y el acceso a la información. Acerca de este tema, Juan Somavía apunta en su prólogo a ‘La Información en el Nuevo Orden Internacional’ que propugnar la vigencia de una verdadera libertad en el flujo de la información implica “sustituir el oligopolio vigente por la pluralidad de fuentes de comunicación” (Somavía, 1977). Y qué mejor pluralidad de fuentes de información que la de individuos que publican sus puntos de vista acerca de hechos que los afectan sin sufrir de ningún tipo de censura y de manera independiente. Cabe resaltar que pese a que varios teóricos de la comunicación pugnaban en la década de los setenta y los ochenta por una apertura informativa que proviniera de un esfuerzo gubernamental para “diseñar políticas de democratización de las comunicaciones, con adjetivo y con finalidad explícita” (Roncagliolo y Avila, 1982), la democratización y la libertad de información existente en Internet y ejercida en su máxima expresión a través de los blogs, fue más bien el resultado de adelantos tecnológicos al poner al alcance de cualquier usuario la posibilidad de publicar sus puntos de vista en un espacio público, antes que la de una voluntad política del Estado de generar tal democratización.

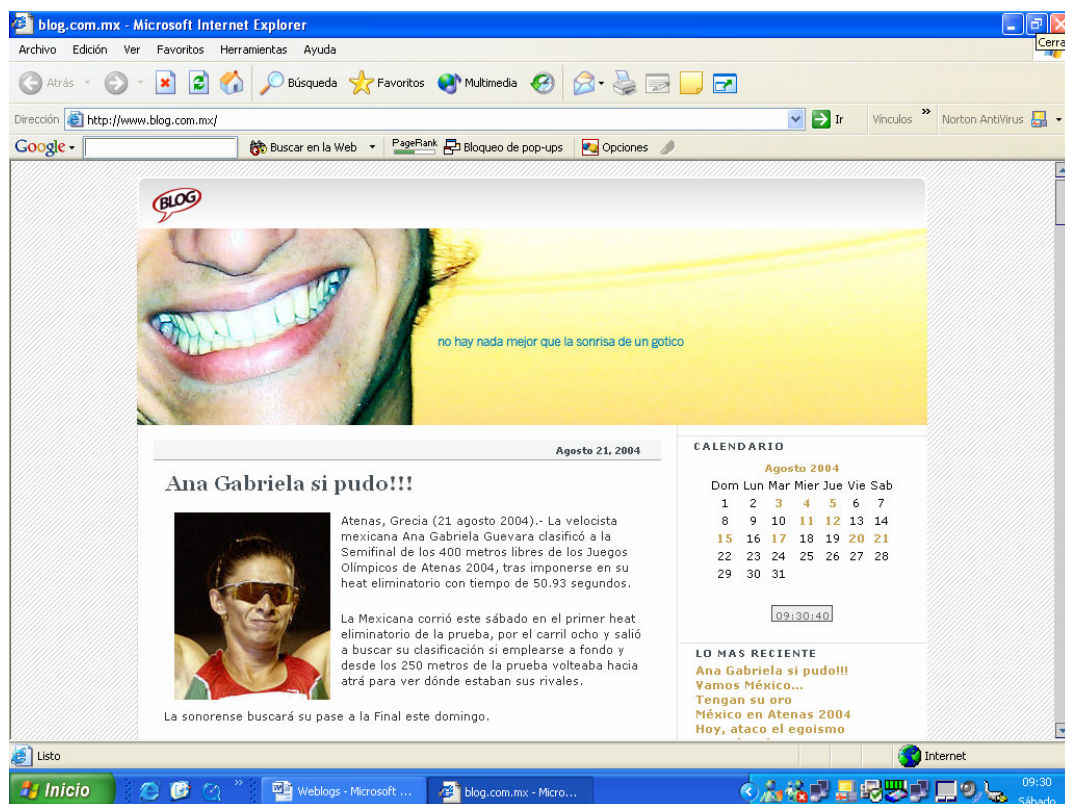
Si bien las vías de comunicación alternativa son consideradas tradicionalmente como generadas por grupos sociales como respuesta a sistemas dominantes capitalistas cuya expresión es la expansión transnacional, el weblog cumple o puede cumplir con las características que le atribuye Diego Portales: propiedad de organizaciones sociales, producción artesanal de mensajes, flujos horizontales multidireccionales de comunicación, acceso amplio de sectores sociales a la emisión y transmisión de contenidos favorables al cambio (Portales, 1986). Y cuando digo que ‘puede cumplir’ esas características, me refiero esencialmente al referente a que los propietarios de esas expresiones de comunicación sean organizaciones sociales.

En una etapa histórica en donde los medios masivos electrónicos han generado una burbuja comunicacional (Flichy, 1991) que fomenta la transición hacia un individualismo y a la experiencia de entretenimiento e información como algo personal y no comunitario, el weblog se convierte en propiedad de una organización compuesta únicamente por un solo individuo. El blog se convierte en la expresión más auténtica de la época del individualismo en la que estamos viviendo. Un persona que se expresa con total libertad acerca de temas que pueden afectar la percepción de la realidad de los lectores. Aquí hay que apuntar que el hecho de que se genere una mayor libertad de flujo de información no implica que los emisores (en este caso, los redactores de weblogs) actúan sin ninguna otra intención más que la de informar “objetivamente” de los hechos que los afectan. Camilo Taufic escribe en su libro ‘Periodismo y lucha de clases’ que el objetivo básico en la comunicación es convertirnos en agentes efectivos, es decir, influir en los demás, en el mundo físico que nos rodea y en nosotros mismos, de tal modo que podamos convertirnos en agentes determinantes y decidir de alguna manera sobre el curso que seguirán los hechos. En resumen, dice Taufic, nos comunicamos para influir y afectar intencionalmente. (Taufic, 1974).

La Internet ha permitido que se genere un espacio en donde la información contenida en un weblog se pueda convertir en un mensaje de comunicación política, diseñado para influir y afectar a los lectores que lo mismo pueden ser del mismo nivel sociocultural que ser de nacionalidad distinta a la del emisor.

El weblog, en ese momento, se convierte en una alternativa frente al discurso del poder generado en otros medios de comunicación y, dependiendo de su nivel de penetración

en los lectores y otros medios de comunicación que se presten a la difusión de sus mensajes, el weblog tendrá una importancia similar a la de una columna política de un periódico o un editorialista en un medio electrónico. La difusión de los weblogs por parte de medios masivos de comunicación y su consecuente impulso a cambios social-comunicacionales, la explica Fernando Reyes Matta como un esfuerzo articulado de periodistas y receptores. La posición justa, dice Reyes Matta, es “hacer avanzar no en líneas paralelas, sino al encuentro en el cual la comunicación alternativa se incorpore plenamente a la comunicación masiva y, a través de esta, alcance a amplios sectores sociales, entregando la riqueza de un mensaje cuyo origen está en las inquietudes, en los debates y luchas populares”.(Reyes Matta, 1986)



En este contexto, el poder generado a través de un weblog puede ser estudiado a través del cristal de la comunicación política, entendida como la influencia de variables como la fuente, el mensaje, el canal y el receptor en actitudes, valores y comportamientos políticos y en la difusión de información política. (Cassigoli, 1986). Los weblogs han dejado de ser elementos entrópicos en medio de la información sistemática del poder (Cassigoli, 1986), para convertirse en medios con poder propio. Algunos ejemplos de esos casos se exponen a continuación.

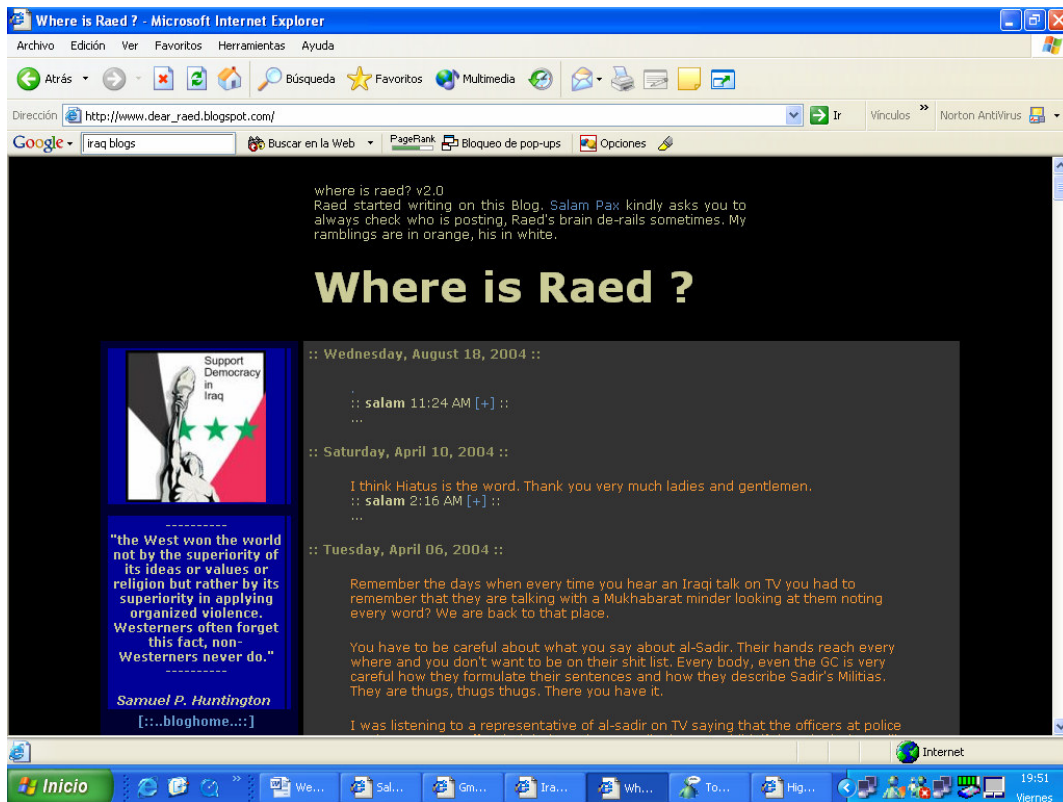
El weblog como opción de información: tres casos actuales

1. Durante la pasada Convención Nacional Demócrata que tuvo lugar en la ciudad de Boston el pasado mes de julio, en donde el senador John Kerry y John Edwards dieron su discurso de aceptación como candidato presidencial y vice-presidente respectivamente, doscientas solicitudes de acreditación de prensa correspondientes a dueños de blogs fueron solicitadas de acuerdo con un artículo publicado en The New York Times (“Blogged in Boston: Politics Get an Unruly Spin”). Los encargados de prensa de la convención escogieron a más de 36 y los colocaron en las últimas filas destinadas a prensa. A pesar de eso, los webloggers (o ‘bloggeros’, que es como se les denomina a los redactores de weblogs en su versión castellanizada) se dedicaron a proveer de información alternativa a la imagen que los productores del evento transmitieron a través de la televisión. No sólo se limitaron a dar el ‘detrás de cámaras’ sino profundizaron en sus propias percepciones subjetivas de la realidad que los rodeaba. Y eso, aunado a la cobertura que los propios medios de comunicación le dieron a la primera vez que los weblogs estaban presentes en una convención presidencial, logró que tan sólo Electablog.com tuviera 40,000 visitantes diarios. Otros blogs que cubrieron los cuatro días del evento fueron Oxblog (escrito por un estudiante de la Universidad de Oxford, UK), the Power of Many, Eschaton y Wonkette, una bloguera contratada por MTV como corresponsal del evento.



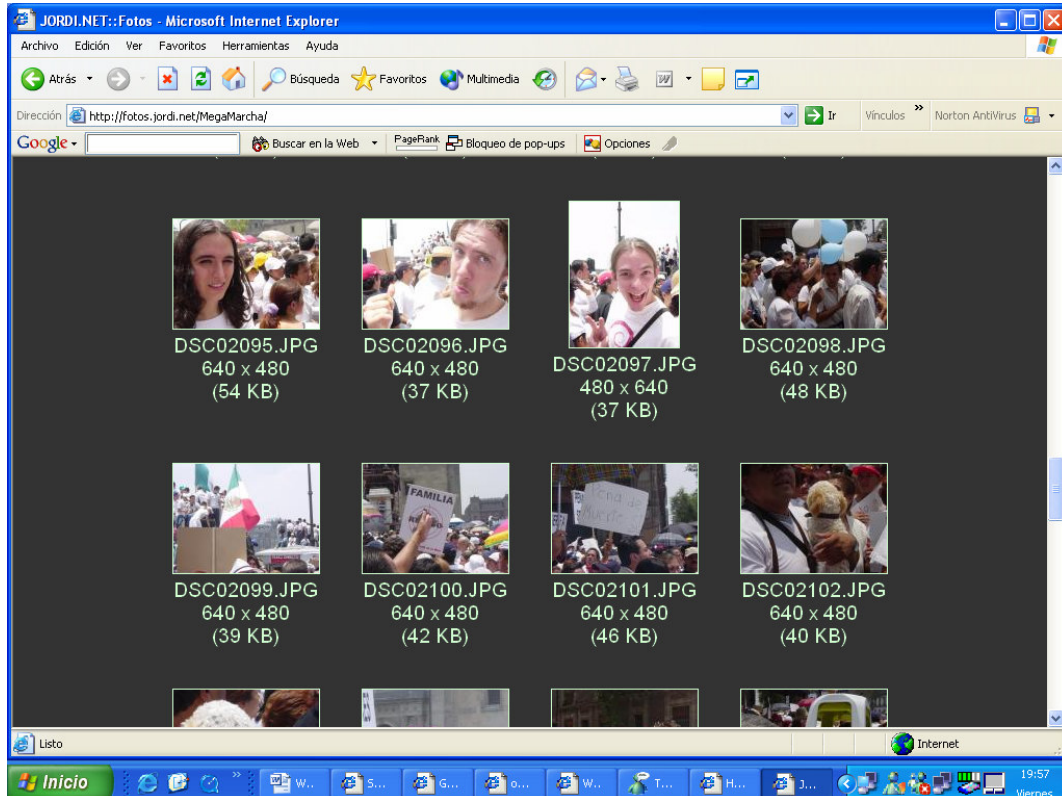
Los blogs tuvieron tanto impacto en la convención demócrata que la fórmula Kerry-Edwards ya tiene su propio weblog publicado en su página de Internet (<http://blog.johnkerry.com>) lo mismo que el propio presidente George W. Bush (<http://www.georgewbush.com/blog/>).

2. La posibilidad de escribir desde cualquier computadora que tenga acceso a Internet permite que no exista un tema de relevancia que afecte a un grupo de personas que no sea tocado por ese grupo de personas vía weblog. ‘Voices From Iraq’ es un compendio de blogs escritos desde aquel país, tanto por iraquíes invadidos como por norteamericanos invasores. De manera diaria, los reportes de quienes están viviendo la ocupación de los Estados Unidos en Iraq son, por definición, más exactos, explícitos y cercanos a los hechos que cualquier nota transmitida por la televisión. Y las personas están valorando eso; el blog Where is Raed? (http://www.dear_raed.blogspot.com/) es uno de los más solicitados por las personas interesadas en saber cómo vive un iraquí el duro trance de una guerra, mientras que el weblog de noticias de Iraq, Agonist.org y cuyo editor es Sean-Paul Kelly, recibe 130,000 visitas al día.



3. En México, los blogs aún no se generalizan ni alcanzan la popularidad que tienen en Estados Unidos. Los principales centros en donde se generan weblogs son en estados del norte del país: Baja California, Tamaulipas, Sinaloa y Sonora, muy probablemente debido a su cercanía con la Unión Americana. Sin embargo, poco a poco han ido permeando en la capital del país y las comunidades de bloggers crecen paulatinamente en la Ciudad de México, siguiendo el mismo formato del blog tradicional. En estos weblogs se comentan los problemas de la ciudad y se dividen las opiniones acerca de nuestro jefe de gobierno. En este medio de comunicación existen quienes opinan favorablemente ante el proceso de desafuero y también los que apoyan la gestión de Andrés Manuel López Obrador.

Un ejemplo de cómo se han tratado los temas de la ciudad, se dio durante la megamarcha del pasado 27 de junio, en donde los weblogs participaron de forma activa, tanto en contra como a favor, publicando experiencias personales de cómo habían sido víctimas de la inseguridad y dando sus razones de por qué participarían de la marcha. Posteriormente, publicaron fotos y dieron sus muy particulares puntos de vista de lo acontecido durante ese domingo.



Algunas conclusiones

Si bien en estos momentos los weblogs gozan de una euforia propia de la novedad de un medio de comunicación alternativo, la posibilidad de que se generen líderes de opinión que no tengan el soporte de un medio de comunicación tradicional es real y se está dando. La fuerza de estos líderes de opinión radica en la subjetividad de sus comentarios y la cercanía con sus lectores, al grado de ser un usuario más de la red como ellos y por lo tanto, significan un reto para los medios de comunicación electrónicos tradicionales.

Una medida que éstos han tomado en Estados Unidos ha consistido en contratar a los escritores de blogs como parte de la plantilla de sus editorialistas. En el caso de México, el periódico Reforma abrió recientemente un certamen llamado 'Esfera Pública' donde se invitaba a sus lectores a convertirse en editorialistas en su sitio web y ganar distintos reconocimientos, entre ellos el poder ser parte del equipo editorial.

Si bien la dinámica no está dirigida explícitamente a los bloggers mexicanos, el concurso refleja la voluntad del periódico por encontrar nuevas vías de comunicación hacia los lectores que buscan una comunicación más personal e informal por parte de los medios.

Sea como sea, las estrategias de comunicación política a nivel global tendrán que irse definiendo para atacar e influir sobre una sociedad civil que, a través de sus individuos por separado, reacciona mediante espacios de opinión alternos en forma de blogs.

Bibliografía

ANGUIANO, América (2002). Infosol [Web en Línea], *La importancia del contenido en la prensa en línea*. <<http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/gi/linea.htm>>. [Consulta: 17-08-2004]

CASSIGOLI, Armando (1986), "Sobre la contrainformación y los así llamados medios alternativos", en SIMPSON, M. *Op.Cit.* pp. 64 y 65.

FLICHY, Patrice (1991), *Una historia de la comunicación moderna*, G. Gili, México, pp. 221 y 222.

PORTALES, Diego (1986), "Perspectivas de la comunicación alternativa en América Latina" en SIMPSON, Máximo, *Comunicación alternativa y cambio social/I*, México, UNAM, p. 66.

REYES MATTA, Fernando (1986). "La comunicación transnacional y la respuesta alternativa", en SIMPSON, M. *Op.Cit.* p. 153.

RONCAGLIOLO, R., AVILA, L. (1982) *Las políticas nacionales de comunicación en América Latina: perspectivas analíticas y experiencias democráticas*. Ponencia presentada en la reunión sobre El Estado y la Industria Cultural en América Latina, México, pp. 9 y 11.

SOMAVÍA, Juan. (1977) "Prólogo" a *La información en el nuevo Orden Internacional*, México, ILET (Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales), p 8.

TAUFIC, Camilo (1974), *Periodismo y lucha de clases*. Buenos Aires, Ediciones de la Flor, p. 18

WALKER, Jill (2003). Jill/txt [Weblog en línea]. 28-06-2003. Final Version of Weblog Definition.<http://huminf.uib.no/~jill/archives/blog_theorising/final_version_of_weblog_definition.html> [Consulta 17-08-2004]

WILLIAMS, Alex. (2004), "Blogged in Boston: Politics Get an Unruly Spin" en *The New York Times*. 1-08-2004.

WINER, Dave (2003). Weblogs at Harvard Law [Web en línea], 23-05-2003. *What makes a weblog a weblog?* <<http://blogs.law.harvard.edu/whatMakesAWeblogAWeblog>> [Consulta: 17-08-2004]